

Autor:inneninfo: max. je 120 Zeichen, inkl. Leerzeichen, gerne als Satz

Rubrikthema: vergibt Redaktion



Renate Berner ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Demenz Support Stuttgart gGmbH. r.berner@demenz-support.de



Dr. Anja Rutenkröger, ist Geschäftsführerin und wissenschaftliche Leitung der Demenz Support Stuttgart gGmbH.

Videobotschaften bewegen

Überschrift: Überschrift: max zwei Zeilen, ca. 25 Zeichen, inkl. Leerzeichen



Foto: AdobeStock/Teodor Lazarev

Vorspann: max. 200 Zeichen, inkl. Leerzeichen

Eine Studie zeigt: Mit Videobotschaften eröffnen sich kreative und innovative Wege des Umgangs mit herausforderndem Verhalten. Damit können Zu- und Angehörige – auch aus der Distanz – positiv auf das Verhalten von Menschen mit Demenz einwirken .

Haupttext: ca. 7.7000 Zeichen, inkl. Leerzeichen

Wie können Angehörige und Mitarbeitende im Praxisprojekt im Südwesten waren **Videobotschaften** herausforderndes Verhalten wie Rufen, Schlagen oder ein zurückgezogenes, passives Verhalten von Menschen mit Demenz positiv beeinflussen und die Mitarbeitenden unterstützen? Wie erleben Menschen mit Demenz, Angehörige und Mitarbeitende den Einsatz von Videobotschaften?

Diese und weitere Fragen untersuchte die **Demenz Support Stuttgart gGmbH** im Rahmen einer Mixed-Methods-Studie von Februar 2022 bis Mai 2023. An

zwei Einrichtungen der Evangelischen Heimstiftung beteiligt.

GEMEINSAM KREATIVE LÖSUNGEN ENTWICKELT

Das Projekt zeichnete sich durch ein partizipatives Vorgehen aus. In vier Workshops pro Einrichtung entwickelten Mitarbeitende (n=14) und Angehörige (n=18) gemeinsam kreative Ideen für Videobotschaften, die auf Pflegeerfahrungen und biografischem Wissen basierten. Die Angehörigen setzten diese Ideen

eigenständig zu Hause um und nahmen die Videobotschaften per Smartphone auf. **Datenschutzkonform** wurden die Aufnahmen über die **Myo-App** an die Mitarbeitenden geschickt, die sie gezielt bei erwartetem herausforderndem Verhalten von Menschen mit Demenz (n=15) einsetzten. Die Workshops wurden als **bereichernd und entlastend** empfunden und oft mit einer Selbsthilfegruppe verglichen. Wie die Menschen mit Demenz in der Praxis von den Videobotschaften profitiert haben, zeigt das folgende Praxisbeispiel.



Foto: AdobeStock/Demiro

Foto/Grafik: füllt die Redaktion.



Foto: iStock/Solstock

Die Angehörigen nahmen die Videobotschaften zu Hause mit dem Smartphone unkompliziert auf. **Die Angehörigen können Sie bei Bedarf einsetzen.**

Bitte 3-4 Zwischenüberschriften angeben, max. zweizeilig.

MIT HERZENSÖFFNERN EMOTIONEN ANSPRECHEN

Herr Ray, ein Bewohner mit einer frontotemporalen Demenz im fortgeschrittenen Stadium, zeigte im Alltag kaum positive Emotionen. Er reagierte oft aggressiv, pflegeverweigernd und lief unruhig umher. Seine Ehefrau berichtete, dass er früher ein leidenschaftlicher Skifahrer war und Berge und Skifahren für ihn **Herzensöffner** darstellten.

Herzensöffner sind individuell bedeutsame Erinnerungen mit einer hohen emotionalen Relevanz. Sein Sohn sendete daher eine Grußbotschaft aus dem Skiurlaub:

„Ich dachte, ich nehme dich mit auf die Piste, denn Skifahren war immer deine große Leidenschaft“.

Er filmte die Abfahrt mit einer Helmkamera. Die Mitarbeitenden zeigten die Videobotschaft auf einem Tablet. Herr Ray schaute aufmerksam zu und bewegte seine Beine „wie beim Skifahren“. Diese von außen betrachtet geringe, für Herrn Ray jedoch bedeutsame Reaktion, freute und motivierte sowohl seine Ehefrau als auch die Mitarbeitenden. Auch bei Herrn Rays pflegeverweigerndem Verhalten waren Videobotschaften eine Hilfe. In einer Handlungsaufforderung ermunterte ihn seine Ehefrau, sich helfen zu lassen und nicht zu „Schubsen

oder Wegzulaufen“. Die Mitarbeitenden zeigten Herrn Ray die Videobotschaft vor der geplanten Rasur und berichteten, dass er daraufhin positiver auf die pflegerische Unterstützung reagierte:

„Seit er die Videos anguckt, kann ich ihm besser Zähne putzen. Also ich komme besser mit ihm zurecht. (...) Davor hatte ich mehr Respekt vor ihm. Ich hatte ein bisschen Angst.“

Auf diese Weise wurde die Mitarbeitende unterstützt und entlastet.

ZWEI TYPEN VON BOTSCHAFTEN ENTWICKELT

Biografische Grußbotschaften erfreuen und stärken die Identität. Individu-

elle, auf Pflegeerfahrungen basierende Handlungsaufforderungen, motivieren Menschen mit Demenz. In der achtmonatigen Erhebungsphase entstanden insgesamt 134 Videobotschaften für 15 Menschen mit Demenz. Dabei wurden zwei Typen von Botschaften erstellt

>> Grußbotschaften (n=107)

Sie bereiten Freude, fördern die Teilhabe, stärken die Identität und können sowohl aktivierend als auch beruhigend wirken. Besonders im Fokus standen Herzensöffner wie beispielsweise das Skifahren für Herrn Ray.

Inhalte der Grußbotschaften sind Musik (40%), Familie und Freunde (34%),

Praxistipp als optionales Element.

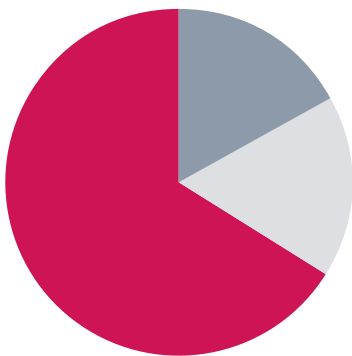
Praxistipp

Für die Anwendung von Videobotschaften in anderen Organisationen hat die Demenz Support Stuttgart gGmbH einen Methoden-koffer entwickelt. Dieser bietet hilfreiches „Handwerkszeug“ zur Erstellung von Videobotschaften, zur Einbindung relevanter Akteur:innen und zur Bereitstellung der erforderlichen Technik. Der Forschungsbericht, einschließlich Methoden-koffer und ein informativer Film, sind auf der Website verfügbar. Zusätzlich bieten die Organisation Inhouse-Seminare zur Einführung und praktischen Anwendung von Videobotschaften an.

>> www.demenz-support.de

Kleinere Grafiken als ergänzende Elemente sind möglich.

»» AUFMERKSAMKEITSNIVEAU



66% ja
17% nein
17% gleichbleibend

In 66 Prozent (n=401) der dokumentierten Situationen haben die angesprochenen Personen die Videos aufmerksam betrachtet.

Landschaft und Natur (17%), Tiere (5%), Beruf, Handarbeiten und Haushalt (jeweils 2%).

»» Handlungsaufforderungen (n=27)

Sie wirken meist motivierend, zum Beispiel bei pflegeverweigerndem Verhalten.

Es entstanden Handlungsaufforderungen zu den Themen Hilfe bei der Körperpflege zulassen (28,2%), Mitsingen (20,5%), Essen und Trinken (17,9%), Bewegen bzw. sich keine Sorgen machen (je 12,8%) sowie Toilettengänge, Medikamenteneinnahme und geduldig sein (je 2,6%).

AUFMERKSAMKEIT WIRD GEFÖRDERT

Videobotschaften fördern zudem die Interaktion: Menschen mit Demenz singen, lachen, sprechen mit der Person im Video oder streicheln den Bildschirm. Mithilfe eines Beobachtungsbogens (n=606) wurde dokumentiert, wie Menschen mit Demenz auf die Videos reagierten:

In 66 Prozent der dokumentierten Situationen schauten sie aufmerksam zu

(siehe Abbildung links). Puntuell zeigte sich Desinteresse, das jedoch nie anhält. Die Videobotschaften wurden stets gemeinsam mit einer Mitarbeitenden angesehen und im Idealfall validiert.

Zu Herrn Ray sagte die Mitarbeiterin beispielsweise:

„Sie lieben die Berge und waren ein toller Skifahrer.“

Solche Aussagen tragen nachhaltig zur Stärkung der Identität von Menschen mit Demenz bei.

VERTIEFTE EINBLICKE IN DIE BIOGRAFIE GEWINNEN

Der partizipative Austausch ermöglichte Angehörigen und Mitarbeitenden **neue, tiefe Einblicke** in die Biografien und die Herzensöffner der Menschen mit Demenz. Diese Erfahrung sensibilisierte und förderte eine ganzheitliche Wahrnehmung.

Die Fachkompetenz der Mitarbeitenden vertiefte sich, weil sie sich intensiv mit den Themen **Biografie, person-zentrierter Umgang oder den Grundlagen der Validation** beschäftigten. Mitarbeitende erlebten sich als selbstwirksam. **Fazitkasten ist ein Pflichtelement: 3- 4 Punkte mit jeweils ca. 100 Zeichen, inkl. Leerzeichen**

TECHNIKAFFINITÄT SPIELT EINE ROLLE

Die Verteilung der Aufgaben auf mehrere Beteiligte stellte eine Herausforderung dar. Einige Mitarbeitende brachten sich mit großem Einsatz ein und wurden durch die positiven Reaktionen sowie durch das Gefühl der Selbstwirksamkeit weiter motiviert.

Andere, häufig weniger **technikaffine Mitarbeitende** hingegen, hielten sich eher zurück. Besonders in Zeiten mit hohen Krankenständen wurden weniger Videobotschaften gezeigt.

ÜBER DISTANZ VERBINDUNG SCHAFFEN

Eine wichtige Basis für die Studienteilnahme der Angehörigen war eine enge **Bindung** zu den Menschen mit Demenz und ihrem Engagement und Interes-

se, kreative Videobotschaften zu entwickeln und hierzu neue digitale Wege auszuprobieren. Sie handelten aus der Motivation heraus, die Betreuungspersonen zu unterstützen – auch aus Dankbarkeit für deren Einsatz.

Angehörige wissen, wie herausfordernd die Versorgung von und der Umgang mit Menschen mit Demenz sein kann. Sie fühlen sich durch den Einsatz der Videobotschaften **entlastet**, weil sie auch ohne physische Anwesenheit für ihre Liebsten da sein können. Für eine Angehörige wurde dadurch wieder ein unbeschwerter Urlaub möglich:

„Ich kann jetzt jederzeit wieder ohne schlechtes Gewissen auch mal länger in Urlaub fahren, weil ich weiß, die Mitarbeiterinnen (...) zeigen meine Videobotschaften der Mutti. Ich kann sie jederzeit erreichen, ansprechen, ihr ein Lied singen und sie wird sich darüber freuen.“

Die Verbundenheit auch über große geographische Entfernungen hinweg wurde von einer in den USA lebenden Tochter als bereichernd beschrieben. Nach dem Tod ihres Vaters sagte sie:

„Das hat uns über die Distanz verbunden und auch dazu geführt, dass wir noch ein paar liebevolle Dinge austauschen konnten.“

FAZIT

»» 1.

Videobotschaften motivieren und stärken Menschen mit Demenz in ihrer Identität.

»» 2.

Videobotschaften sind eine person-zentrierte Möglichkeit, um Pflegende im Umgang mit herausforderndem Verhalten zur unterstützen.

»» 3.

Videobotschaften bereiten Freude, entlasten Angehörige und verbinden über die Distanz.

WENIGER IST MEHR

Videobotschaften sollten einfach gestaltet werden, mit kurzen Sätzen, ohne Schnitte oder Effekte. Eine Länge von ein bis drei Minuten hat sich bewährt. Eine Heimleitung resümierte:

„Das ist ein ‚Aha‘-Effekt für mich gewesen, (...) dass man keine Riesensachen machen muss, sondern eher diese kleineren Dinge auf den Punkt wie ein Lied oder konkrete Anweisungen.“

Der Inhalt soll realistisch sein, versprochene Besuche sollen stattfinden und Videos zu bestimmten Anlässen, wie Fasching, nur passend gezeigt werden. Die Erfahrung zeigt: **Ein Tablet pro Wohnbereich reicht aus.**

WIN-WIN-SITUATION

Zu Beginn der Studie waren die Angehörigen noch skeptisch, ob Videobot-

schaften für ihre stark kognitiv beeinträchtigten Familienmitglieder sinnvoll sind. Oftmals wurden sie bei ihren Besuchen nicht mehr erkannt. Die Studie hat jedoch gezeigt, dass positive Emotionen und Reaktionen nicht vom Erkennen oder der Kognition abhängig sind. Handlungsaufforderungen können mit fortschreitender Demenz seltener adäquat umgesetzt werden, sodass Grußbotschaften in den Vordergrund treten. Ein Angehöriger resümierte:

„Es ist eine Win-win-Situation. Es ist für die Betreuten, die Betreuenden und für die Angehörigen gut, dann Botschaften schicken zu können, wenn man nicht da ist und zu wissen, ich bin in der Form immer noch verfügbar, wenn irgendwas schwierig wird.“

Der Angehörige verweist damit auf den Benefit, den allen Beteiligten von

der Einführung von Videobotschaften haben.

Die Studie der Demenz Support Stuttgart gGmbH wurde finanziert durch das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration aus Landesmitteln, die der Landtag Baden-Württemberg beschlossen hat. <<<

MEHR ZUM THEMA

Ausführlicher Abschlussbericht zur Studie „Über die Distanz verbunden“: <https://vinc.li/bericht-ber-rut>

Um das Wohl der Bewohner:innen geht es unter verschiedenen Aspekten auch auf dem **Altenpflegekongress** in Leipzig (5./6.2.), Köln (19./20.2.) und Hannover (11./12.3.). Alle Infos und Anmeldung: www.ap-kongress.de

Mehr zum Thema: füllt die Redaktion



14. FEBRUAR, 11 UHR

»Die konstruktive Zusammenarbeit der Generationen X, Y und Z professionell steuern«

Dr. Mercedes Stiller

Wie profitieren Altenhilfeeinrichtungen von den Stärken der Generationen X, Y und Z? Das Webinar zeigt praxisnah, wie Werte und Führungsgrundsätze die Zusammenarbeit harmonisch fördern.

28. FEBRUAR, 11 UHR

»Offboarding als Schlüssel zur Personalgewinnung in der Pflegebranche«

Kathrin Hausberg

Offboarding ist ein Schlüssel zur Personalgewinnung. Sie erfahren, wie Sie intelligentes Offboarding nutzen können, um Ihre Arbeitgebermarke zu stärken und neue Mitarbeitende zu gewinnen.

14. MÄRZ, 11 UHR

»Schmerzvisite in der pflegerischen Praxis«

Marzena Jura

Erfahren Sie in diesem Webinar, wie Pflegefachpersonen den Expertenstandard Schmerzmanagement sicher umsetzen können: von der ersten Schmerzerfassung bis hin zu komplexen Schmerzsituationen.



EXKLUSIV & KOSTENLOS MIT ALTENPFLEGE-ABO

Alle Abo-Varianten, auch ALTENPFLEGE Plus, bieten kostenlosen Zugang zu 24 Webinaren jährlich für Sie und Ihre Einrichtung. Melden Sie sich direkt an unter: <https://www.altenpflege-online.net/webinare>

Noch kein Abo? Testen Sie die Zeitschrift 8 Wochen kostenlos (QR-Code scannen).



Infos für Autorinnen und Autoren zur Erstellung eines Beitrags für die Rubrik DIGITALISIERUNG

Schön, dass Sie einen Beitrag für **ALTENPFLEGE** schreiben möchten – wir freuen uns auf Ihre Perspektive aus der Praxis. Dieser Leitfaden gibt Ihnen die wichtigsten Orientierungspunkte.

1. Für wen Sie schreiben

ALTENPFLEGE richtet sich an Führungs- und Steuerungskräfte in der stationären Altenpflege; PDL, WBL, PAL, QMB, Einrichtungsleitungen. Gute Beiträge sind **praxisnah, lösungsorientiert und mit klarem Nutzwert** – idealerweise mit konkreten Beispielen aus dem Alltag.

2. Sprache & Stil

- klar, aktiv und handlungsorientiert
- kurze Sätze, viele Verben, wenig Substantivierungen
- Abkürzungen beim ersten Auftreten ausschreiben (z. B. *Pflegedienstleitung (PDL)*)
- geschlechterneutral und inklusiv formulieren
- keine Firmen- oder Produktnennungen im Fließtext

3. Aufbau eines Beitrags für die Rubrik **DIGITALISIERUNG** (siehe auch *Beispiel-PDF*)

⚠ Wichtig: Alle Zeichenangaben verstehen sich inkl. Leerzeichen.

- **Autorenkasten** – Kurzprofil + Porträtfoto (Farbe, JPG, 300 dpi)
- **zweizeilige Überschrift**: kurz, aktiv, möglichst mit Verb -> max. 25 Zeichen, inkl. Leerzeichen
- **Vorspann**: 3–4 Zeilen, max. 200 Zeichen, inkl. Leerzeichen
- **Haupttext**: max. 7.700 Zeichen, inkl. Leerzeichen - mit 3-4 Zwischenüberschriften
- **Fazitkasten** mit ca. 3-4 Punkten, jeweils ca. 100 Zeichen, inkl. Leerzeichen
- **Grafische Elemente/Checklisten** in kleinerem Umfang möglich.
- „**Mehr zum Thema**“ – füllt die Redaktion

4. Bilder & Zusatzmaterial

- **Format**: JPG, Farbe, mind. 300 dpi
- Bitte die **Bildquelle** angeben
- **Tabellen, Grafiken, Checklisten** bitte als separate Datei liefern – nicht in den Fließtext einbauen

5. Rechte & Einreichung

Mit der Einreichung bestätigen Sie, dass Text und Bildmaterial frei von Rechten Dritter sind und nicht parallel anderweitig zur Veröffentlichung angeboten werden.

Wir freuen uns auf Ihren Beitrag – und unterstützen Sie gern bei Fragen zu Aufbau, Sprache oder Einreichung.

Nach Veröffentlichung senden wir Ihnen ein PDF des Beitrags als Beleg zu. Weitere Leitfäden finden Sie hier:

<https://www.altenpflege-online.net/downloads/>

Kontakt:

Vincentz Network GmbH & Co. KG | **Redaktion ALTENPFLEGE** |
Tel.: 0511 / 9910-125 | tanja.laepke@vincentz.net